

**PENGARUH PEMBERIAN INSENTIF TERHADAP PENINGKATAN SEMANGAT
KERJA KARYAWAN PADA PT. ASTRA INTERNASIONAL Tbk- DAIHATSU
CABANG PEKANBARU
(Kasus Karyawan Bagian Marketing Produk Mobil Daihatsu)**

Oleh
Syarifah Aini
Email: syarifahaini5946@gmail.com
Pembimbing : Lena Farida

Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau

Program Studi Ilmu Administrasi FISIP Universitas Riau
Kampus Bina Widya Jl.H.R. Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28293-
Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRACT

The problem in this research is the system of incentives is considered employees of the marketing is not in their favor. This of course affects employee morale in the work and will impact on the achievement of corporate goals. The purpose of the study was to determine and analyze incentives and employee morale as well as determine the effect of incentives on semangat employee marketing division at PT. Astra International Tbk-Daihatsu Branch Pekanbaru. The study concluded that giving incentives to employees in the marketing division of PT. Astra International Tbk-Daihatsu Pekanbaru branch overall result is good. But there are still many shortcomings in the implementation of the provision of incentives, including the incentive eligibility still too small and too concerning provisions in the granting of incentives designed not to benefit the employee marketing division. Employee morale in the marketing division of PT. Astra International Tbk-Daihatsu Pekanbaru branch as a whole is considered quite good. This is due to the lack of cooperation and willingness to help each other among fellow employees. Besides the lack of discipline of employees, which employees work outside of the ways that have been set by the company and the attitude of the employees in the work that is still not good, as well as the attitude of the employees who are not concerned with the problems faced by other employees. Analysis with SPSS, showed that the relationship between employee morale (dependent variable) with Incentives (independent variables) have a strong degree of correlation, which means that any additions or enhancements to existing incentives will lead to improvements to employee morale.

Keywords : *Incentives, morale, PT. Astra International Tbk-Daihatsu Branch Pekanbaru.*

PENDAHULUAN

Tingginya tingkat persaingan pada perusahaan sejenis khususnya persaingan di penjualan produk mobil membuat masing-masing perusahaan berusaha melakukan strategi yang berbeda untuk meningkatkan penjualan.

Astra Internasional adalah salah satu perusahaan yang bergerak dalam bisnis otomotif terpadu dengan operasi mulai dari otomotif dan komponen, distribusi manufaktur dan layanan penjualan di seluruh Indonesia, sewa mobil, penjualan mobil bekas, pembiayaan konsumen untuk otomotif, asuransi produk dan infrastruktur. Daihatsu memiliki kemitraan dengan Astra Internasional dimana merupakan agen tunggal pemegang merek Daihatsu di Indonesia yang berkomitmen untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan pada merek Daihatsu melalui produk yang berkualitas tinggi, harga bersaing dan memenuhi kepuasan. Hal ini sesuai dengan visi dan misi Astra Internasional Daihatsu untuk menjadi produsen mobil compact dan memenuhi standar kualitas global. Untuk mencapai visi tersebut, tentu dibutuhkan keterlibatan karyawan itu sendiri yang dapat dilihat dalam kinerja karyawan.

Bagi konsumen yang akan membeli produk mobil Daihatsu akan diketahui dengan mudah apabila konsumen tidak akan menambah biaya tambahan pada produk yang dipilih, karena konsumen sudah diberikan pilihan produk. Jika konsumen memilih mobil yang harga yang lebih rendah maka fasilitas juga ada yang berkurang, akan tetapi konsumen akan menambah biaya pada saat konsumen ingin menambah aksesoris namun pada umumnya konsumen membawanya ke toko reparasi mobil, lagi pula harga untuk mobil didealer sudah ditetapkan. Untuk menunjang peningkatan penjualan perusahaan selalu meningkatkan jumlah karyawan bagian marketing agar dapat tercapai tujuan perusahaan berikut tabel peningkatan jumlah karyawan setiap tahun.

Tabel I.1
Perputaran Jumlah Karyawan
Bagian Marketing Produk Mobil Daihatsu
Pada PT. Astra Internasional Tbk-Daihatsu
Cabang Pekanbaru Tahun 2012-2014

Tahun	Jumlah Karyawan Awal Tahun	Jumlah Karyawan		Jumlah Karyawan Akhir Tahun
		Masuk	Keluar	
2012	30	3	1	32
2013	32	17	2	47
2014	47	5	3	50

Sumber : PT. Astra Internasional Tbk. Daihatsu Cabang Pekanbaru, 2015

Tabel I.1 diatas menunjukkan bahwa dari tiga tahun terakhir yakni tahun 2012 sampai dengan tahun 2014 jumlah karyawan PT. Astra Internasional Daihatsu bagian Marketing mengalami peningkatan. Artinya perusahaan PT. Astra Internasional Daihatsu diindikasikan sebagai perusahaan yang bisa memberikan pekerjaan yang layak dengan insentif yang layak pula kepada karyawan.

Rendahnya semangat kerja karyawan juga akan mempengaruhi produktivitas karyawan dalam bekerja, yang akhirnya akan berimbas pada tidak tercapainya target-target penjualan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Teloh pustaka

Insentif

Menurut **Hariandja (2002:265)**, insentif merupakan salah satu jenis penghargaan yang dikaitkan dengan prestasi kerja. Semakin tinggi prestasi kerja semakin besar pula insentif yang diterima. Sudah menjadi kebiasaan bahwa setiap perusahaan harus menetapkan target yang tinggi dan bila berhasil maka akan diberikan tambahan pendapatan.

Menurut **Nawawi (2003:338-339)**, penetapan dan pemberian kompensasi total yang meliputi gaji/upah dan insentif harus dilakukan dengan mempertimbangkan beberapa aspek sebagai berikut:

a) Aspek Ketepatannya

Penyediaan pembiayaan (*cost*) harus diupayakan tepat waktu dan tepat sasarannya. Sasaran pertama adalah diberikan pada pekerja yang tepat, terutama pada yang berprestasi, sehingga berusaha mempertahankannya dengan memberikan kontribusi kerja yang terbaik bagi organisasi / perusahaan. Sasaran yang kedua adalah untuk kegiatan yang tepat, dalam arti diberikan dalam bentuk yang relevan dan jika berupa uang dalam jumlah memadai, guna mewujudkan keseluruhan atau salah satu aspek di dalam keamanan/jaminan dan kepuasan kerja.

b) Aspek Kelayakan/Keadilan

Aspek ini dimaksudkan dalam pemberian kompensasi apabila dalam bentuk barang atau uang harus memadai dalam arti dirasa cukup berharga. Aspek ini berkenaan juga dengan rasa keadilan, baik dari penerima maupun perbandingan jumlah yang diterima. Dari segi penerima dapat dibedakan antara kompensasi yang diberikan sebagai pemerataan yakni untuk semua pekerja, tanpa atau dengan membedakan penerima menurut jabatan/posisi atau kepangkatan masing-masing yang berbeda satu dengan yang lainnya. Keadilan kompensasi harus

dibedakan pula menurut prestasi kerja atau jasa masing-masing dalam memberikan kontribusi pencapaian tujuan organisasi/perusahaan.

c) Aspek Pembiayaan (*Cost*) yang Terkontrol dan Terkendali

Kompensasi bukan saja harus sesuai dengan kemampuan organisasi/perusahaan dalam menyediakan pembiayaannya, tetapi juga harus terkontrol dan seimbang. Meskipun keuntungan perusahaan cukup besar, tidak harus dibayar secara berlebihan, sehingga berakibat kehilangan fungsinya dalam memotivasi prestasi dan persaingan.

Semangat Kerja

Menurut **Hasibuan (1995:182)** mengemukakan pendapat lain yang mengatakan bahwa semangat dan kegairahan kerja adalah merupakan kemauan dan kesenangan yang mendalam terhadap pekerjaan yang dilakukan.

Menurut **Anoraga dan Suyati (1995:76)** semangat kerja dapat diukur melalui indikator-indikator kerjasama, disiplin kerja dan kegairahan kerja.

a. Kerjasama

Dalam melaksanakan suatu pekerjaan, kerjasama sangat dibutuhkan agar pekerjaan yang dilakukan dapat terselesaikan dengan baik dan lebih cepat.

b. Disiplin Kerja

Disiplin kerja perlu diciptakan dan ditegakkan dalam sebuah perusahaan baik yang bertujuan pada lembaga maupun pada aspek manusianya. Maksud dari adanya disiplin kerja ini adalah agar apa yang menjadi tujuan perusahaan dapat tercapai dengan efektif dan efisien.

c. Kegairahan Kerja

Kegairahan kerja diperlihatkan oleh karyawan dalam melakukan pekerjaan atau kesenangan yang mendalam dalam melaksanakan pekerjaan (**Anoraga dan Sayuti, 1995:77**). Semangat kerja karyawan dapat diukur melalui kegairahan kerja, karena kegairahan kerja

mempunyai pengaruh yang sangat kuat terhadap semangat kerja.

Metode penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT. Astra Internasional Tbk-Daihatsu Cabang Pekanbaru yang beralamatkan di Jl. Jenderal Sudirman No. 202 A Kota Pekanbaru. Adapun alasan pemilihan lokasi penelitian adalah karena PT. Astra Internasional Tbk-Daihatsu merupakan salah satu perusahaan Agen Pemegang Tunggal Merek Daihatsu di Pekanbaru, perusahaan ini juga memiliki karyawan yang bekerja sebagai marketing untuk melakukan pemasaran dengan penetapan target yang sudah ditetapkan oleh perusahaan.

Di dalam menentukan populasi dalam penelitian ini yang menjadi populasinya adalah seluruh karyawan bagian Marketing pada PT. Astra Internasional Tbk-Daihatsu Cabang Pekanbaru yang berjumlah 50 orang. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik sensus yaitu digunakannya semua populasi menjadi sampel. Adapun alasan peneliti menggunakan metode sensus hal ini dikarenakan jumlah populasi dalam penelitian relatif kecil kurang dari 100 orang yaitu 50 orang. Adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah kepala bagian marketing PT. Astra Internasional Tbk-Daihatsu Cabang Pekanbaru.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua jenis data, yaitu:

a. Data Primer

Data informasi yang diperoleh langsung dari karyawan bagian Marketing pada PT. Astra Internasional Tbk-Daihatsu Cabang Pekanbaru melalui kuesioner yang di berikan oleh peneliti yang meliputi data responden berupa umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan dan lama bekerja serta tanggapan responden akan pengaruh pemberian Insentif terhadap semangat kerja.

b. Data Sekunder

Data yang sudah tersedia pada PT. Astra Internasional Tbk-Daihatsu Cabang Pekanbaru yang diperoleh melalui pimpinan yang berhubungan dengan masalah yang penulis teliti

seperti data jumlah karyawan, gambaran umum perusahaan dan struktur organisasi perusahaan.

Analisis data

Data yang diperoleh lapangan, akan disusun dan disajikan dalam bentuk tabel serta dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif. Untuk menjawab hipotesis yang telah diajukan dilakukan analisis statistik dengan mengaplikasikan program *Statistical Package for Social Science* (SPSS).

a. Deskriptif Kuantitatif

Data yang diperoleh lapangan, akan disusun dan disajikan dalam bentuk tabel serta dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif.

b. Uji Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Nilai koefisien korelasi (R) menunjukkan seberapa besar korelasi atau hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Sedangkan koefisien determinasi (R^2) menunjukkan seberapa besar variabel independen menjelaskan variabel dependennya.

Untuk mengetahui interpretasi terhadap kuatnya hubungan korelasi berdasarkan koefisien korelasi yang diperoleh, maka koefisien korelasi nilai R dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

Tabel I.8

Pedoman Tingkat Korelasi

Interval Korelasi	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2004:183)

Sedangkan koefisien determinasi disimbolkan dengan R^2 . Angka ini akan diubah ke bentuk persen, yang artinya persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi untuk mengukur besar sumbangan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Semakin besar koefisien determinasi terkoreksi atau model regresi maka model yang didapatkan akan semakin baik.

c. Analisis Regresi Linier Sederhana

Regresi linear sederhana adalah untuk menganalisis hubungan dan pengaruh secara linier antara variabel dependen dengan variabel independen. Untuk mengetahui pengaruh pemberian insentif terhadap peningkatan semangat kerja karyawan, maka persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dimana : Y = Semangat Kerja Karyawan

a = Konstanta

b = Koefisien

X = Insentif(X)

dengan nilai (Sugiyono,2000)

$$a = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

d. Uji Hipotesis

Selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis yang diperlukan untuk mengetahui sejauhmana hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain, apakah hubungan tersebut saling mempengaruhi atau tidak. Hal ini didapat dengan melakukan Uji t. Uji t dilakukan dengan cara membandingkan nilai t tabel dengan t hitung. Dimana t hitung diperoleh dari hasil output program SPSS. Sementara t tabel dilihat dengan derajat bebas n-2, dimana n adalah jumlah sampel. Adapun rumus t hitung adalah sebagai berikut :

$$t = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

(Husein Umar,2011)

Keterangan : t = nilai t_{hitung}

n = Jumlah sampel

r = koefisien korelasi

Dimana :

Ho : Tidak ada pengaruh antara pemberian insentif terhadap peningkatan semangat kerja karyawan bagian maketing pada PT. Astra International Tbk-Daihatsu Cabang Pekanbaru

Ha : Ada pengaruh antara pemberian insentif terhadap peningkatan semangat kerja karyawan bagian maketing pada PT. Astra International Tbk-Daihatsu Cabang Pekanbaru

Uji ini dilakukan dengan ketentuan :

- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada α 0,05 maka H_a ditolak dan H_0 diterima
- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada α 0,05 maka H_a diterima dan H_0 ditolak

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan teknik *Corrected Item-Total Correlation* yaitu mengkorelasikan antara skor item dengan tota item, kemudian melakukan koreksi terhadap nilai koefisien korelasi atau dengan kata lain membandingkan r tabel dengan r hitung. r hitung dapat dilihat pada tabel *Output Item-Total Statistic* pada kolom *Corrected Item-Total Correlation*. r tabel untuk n = 50 didapatkan nilai sebesar 0,279. Butir pertanyaan dinyatakan valid apabila bernilai positif dan nilai r hitung > r tabel.

1). Hasil Uji Validitas Variabel Insentif (X)

Berikut hasil uji validitas terhadap tiap item pertanyaan pada varibel Insentif (X) :

Tabel III.13

Hasil Uji Validitas Variabel Insentif (X)

Item	<i>Corrected Item-Total Correlation</i> (r hitung)	r tabel	Keterangan
P1	0,524	0,279	Valid
P2	0,595	0,279	Valid
P3	0,437	0,279	Valid
P4	0,690	0,279	Valid
P5	0,690	0,279	Valid
P6	0,478	0,279	Valid

Sumber : Data Olahan SPSS, 2015

2.) Hasil Uji Validitas Variabel Semangat Kerja (Y)

Berikut hasil uji validitas terhadap tiap item pertanyaan pada variabel Semangat Kerja (Y) :

Tabel III.14

Hasil Uji Validitas Variabel Semangat Kerja (Y)

Item	<i>Corrected Item-Total Correlation</i> (r hitung)	r tabel	Keterangan
P1	0,739	0,279	Valid
P2	0,869	0,279	Valid
P3	0,449	0,279	Valid
P4	0,522	0,279	Valid
P5	0,860	0,279	Valid
P6	0,761	0,279	Valid

Sumber : Data Olahan SPSS, 2015

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui adanya konsistensi alat ukur dalam penggunaannya, atau dengan kata lain alat ukur tersebut mempunyai hasil yang konsisten, apabila digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda. Uji reliabilitas dilakukan pada butir-butir pernyataan yang telah valid. Pengujian reliabilitas data dilakukan dengan membandingkan nilai koefisien alpha (*Cronbach's Alpha if Item Deleted*) dimana variabel dikatakan reliabel jika memiliki nilai di atas 0,6.

1) Hasil Uji Reliabilitas Variabel Insentif (X)

Berikut hasil uji reliabilitas terhadap tiap item pertanyaan pada variabel Insentif (X) :

Tabel III.15

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Insentif (X)

Item	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>	Nilai Batas	Keterangan
P1	0,749	0,600	Reliabel
P2	0,737	0,600	Reliabel
P3	0,778	0,600	Reliabel
P4	0,720	0,600	Reliabel
P5	0,687	0,600	Reliabel
P6	0,757	0,600	Reliabel

Sumber : Data Olahan SPSS, 2015

3.) Hasil Uji Reliabilitas Variabel Semangat Kerja (Y)

Berikut hasil uji reliabilitas terhadap tiap item pertanyaan pada variabel Semangat Kerja (Y):

Tabel III.16

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Semangat Kerja (Y)

Item	<i>Corrected Item-Total Correlation</i> (r hitung)	r tabel	Keterangan
P1	0,854	0,600	Reliabel
P2	0,830	0,600	Reliabel
P3	0,895	0,600	Reliabel
P4	0,889	0,600	Reliabel
P5	0,837	0,600	Reliabel
P6	0,850	0,600	Reliabel

Sumber : Data Olahan SPSS, 2015

c. Uji Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Nilai koefisien korelasi (R) menunjukkan seberapa besar korelasi atau hubungan antara variabel-variabel independen dengan variabel dependen. Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan seberapa besar variabel independen menjelaskan variabel dependennya. Nilai R *square* adalah nol sampai dengan satu. Apabila nilai R *square* semakin mendekati satu, maka variabel-variabel independen memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Sebaliknya, semakin kecil nilai R *square*, maka kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen semakin terbatas.

Pedoman untuk interpretasi koefisien korelasi dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Table III.17

Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2004)

Pada tabel berikut dapat dilihat hasil uji koefisien korelasi dan hasil uji koefisien determinasi :

Tabel III.18

Hasil Uji Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.647 ^a	.418	.406	3.600

a. Predictors: (Constant), Insentif

b. Dependent Variable: Semangat Kerja Karyawan

Sumber : Data Olahan SPSS, 2015

Analisis Regresi Linier Sederhana

Tabel III.19

Hasil Analisis Regresi Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-4.667	3.727		-1.252	.217
	Insentif	.930	.158	.647	5.874	.000

a. Dependent Variable: Semangat Kerja Karyawan

Sumber : Data Olahan SPSS, 2015

Dari tabel III.13 di atas, maka didapatkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = -4,667 + 0,930$$

Dari persamaan regresi diatas diketahui konstanta sebesar -4,667 yang menyatakan bahwa jika variabel predictor yaitu isentif bernilai 0 maka semangat kerja karyawan secara konstan bernilai negatif yaitu -4,667.

Insentif (X) mempunyai koefisien regresi sebesar 0,930 dan bertanda positif, dimana hal ini menyatakan bahwa setiap penambahan 1% insentif dengan asumsi bahwa nilai koefisien variabel lain tetap atau tidak berubah, maka akan menaikkan semangat kerja karyawan.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan, yaitu sebagai berikut :

1. Pemberian insentif pada karyawan bagian marketing di PT. Astra Internasional Tbk-Daihatsu Cab. Pekanbaru secara keseluruhan hasilnya adalah baik. Namun masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan dalam pelaksanaan pemberian insentif tersebut, diantaranya adalah kelayakan insentif yang diberikan oleh pihak perusahaan yang dinilai masih terlalu kecil dan juga mengenai ketentuan dalam pemberian insentif yang dibuat oleh perusahaan, dimana ketentuan tersebut tidak memberikan keuntungan bagi karyawan bagian marketing.
2. Semangat kerja karyawan bagian marketing di PT. Astra Internasional Tbk-Daihatsu Cab. Pekanbaru secara keseluruhan dinilai cukup baik. Hal ini dikarenakan masih kurangnya kerjasama diantara sesama karyawan dalam bekerja dan kurangnya kesediaan untuk saling membantu antar sesama karyawan. Selain itu kurangnya disiplin karyawan dalam bekerja dimana kebanyakan karyawan bekerja diluar cara-cara yang telah ditetapkan oleh perusahaan dan sikap karyawan dalam bekerja yang masih kurang baik, dimana merasa tertekan dengan target yang diberikan serta adanya sikap karyawan yang tidak peduli dengan permasalahan yang dihadapi oleh karyawan lain.
3. Berdasarkan analisis dengan menggunakan program SPSS, didapatkan hasil bahwa hubungan antara semangat kerja karyawan (variabel dependen) dengan Insentif (variabel independen) mempunyai tingkat hubungan yang kuat, yang artinya setiap ada penambahan atau peningkatan terhadap insentif maka akan menimbulkan

peningkatan terhadap semangat kerja karyawan.

A. Saran

1. Pihak perusahaan sebaiknya memperbaiki sistem pemberian insentif yang ada saat sekarang ini, yaitu bisa dengan cara pemberian insentif triwulan atau per semester dengan memberikan target penjualan per triwulan atau per semester tersebut, agar karyawan masih memiliki pencapaian target penjualan dalam jangka waktu yang tidak terlalu panjang jika target bulanan mereka tidak tercapai. Sistem ini dilakukan dengan mengakumulasikan penjualan bulanan karyawan bagian marketing.
2. Pihak perusahaan harus dapat memperlerat hubungan diantara sesama karyawan, agar kerjasama dan sikap saling peduli diantara sesama karyawan bagian marketing dapat terjalin dengan baik. Hal ini dapat dilakukan dengan mengadakan kegiatan gathering atau kegiatan outbound yang tujuannya memang untuk memperlerat hubungan diantara sesama karyawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, Panji dan Suyati, Sri, 1995. *Perilaku Keroganisasian*. Pustaka Jaya, Jakarta.
- Assauri, Sofyan., 2001. *Kiat Meningkatkan Produktivitas*. Ghalia Indonesia, Jakarta
- Handoko, Hani, T., 1998. *Manajemen Edisi 2*. BPFE, Yogyakarta
- _____, 2004. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*, Edisi Kedua. BPFE, Yogyakarta.
- Hariandja, Marihot Tua, 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Gramedia Media Sarana, Jakarta.

- Hasibuan, Malayu SP, 1995. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. CV. Haji Mas Agung, Jakarta
- Hasibuan, Malayu SP, 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara, Jakarta.
- Isyandi, B, 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Persepektif Global*. Unri Press, Pekanbaru.
- Moekijat, 1994. *Manajemen Personalialia*. Alumni, Bandung
- _____, 1999. *Kamus Manajemen*. Mandar Maju, Bandung.
- Nawawi, Hadari, 2003. *Manajemen Sumber Daya Manusia. Untuk Bisnis Yang Kompetitif*. Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.
- Nitisemito, Alex, 1992. *Dasar-Dasar Organisasi dan Manajemen*. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- _____, 1996. *Manajemen Personalialia*,. Ghalia Indonesia., Jakarta
- _____, 2001. *Manajemen Personalialia*,. Ghalia Indonesia., Jakarta
- Priyatno, Duwi, 2009. *5 Jam Belajar Olah Data dengan SPSS 17*. Andi, Yogyakarta.
- Samsudin, Sadili, 2006. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Pustaka Setia, Bandung.
- Sastrohadiwiryo, Siswanto, 2002. *Manajemen Tenaga Kerja Indonesia, Pendekatan Administratif dan Operasional*. Bumi Aksara, Jakarta.
- Simamora, Henry, 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jilid Ketiga. Penerbit STIE YKPN, Yogyakarta
- Siswanto, Sutojo, 1997. *Manajemen Tenaga Kerja dan Hubungan Kerja*. Pionir Jaya, Bandung.
- Sugiyono, 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Ketiga. Alfabeta, Bandung.
- Sunyoto, Danang, 2009. *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. Media Pressindo, Yogyakarta.
- Zulkifli, 2005. *Pengantar Studi Ilmu Administrasi dan Manajemen*. UIR Press, Pekanbaru.